

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT
BELI PADA *ONLINE HOTEL BOOKING***

(Studi Kasus Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Nur Rahmah
201510160311283

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Juli 2019**

SKRIPSI

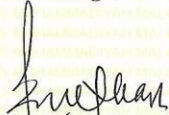
PENGARUH BRAND IMAGE DAN TRUST TERHADAP NIAT BELI PADA ONLINE HOTEL BOOKING (Studi Kasus pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah)

Oleh :

Nur Rahmah
201510160311283

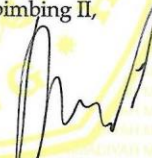
Diterima dan disetujui
pada tanggal 06 Juli 2019

Pembimbing I,



Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

Pembimbing II,



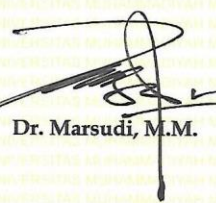
Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT
BELI PADA *ONLINE HOTEL BOOKING***

(Studi Kasus Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh :

Nur Rahmah
201510160311283

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

Juli 2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 06 Juli 2019

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Nur Rahmah

No. Induk : 201510160311283

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE DAN TRUST TERHADAP
NIAT BELI PADA ONLINE HOTEL BOOKING

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Rahmad Wijaya, M.M.	80	
2.	Dra. Triningsih Sri Supriyati, M.P.	80	
3.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	82	
4.	Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.	82	

Nilai rata-rata : 81 / A

Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui
a.n. Dekan FEB-UMM,
Wakil Dekan I,

Dr. Widayat, M.M.

Malang, 06 Juli 2019
Ketua Tim Penguji,

Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Ket: *) Coret yang tidak perlu

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE DAN TRUST TERHADAP NIAT BELI PADA ONLINE HOTEL BOOKING (Studi Kasus pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nur Rahmah
NIM : 201510160311283
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 06 Juli 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.
Penguji II : Dra. Hj. Triningsih Sri Supriyati, M.P.
Penguji III : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.
Penguji IV : Dr. Fien Zulfikarjah, M.M.

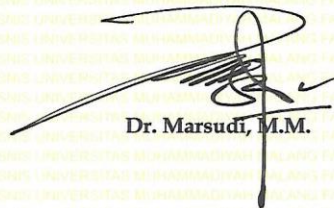
1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

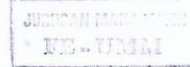


Dr. Idan Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



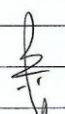
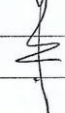

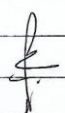
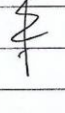





Dr. Marsudi, M.M.

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI



NAMA : Nur Rahmah
 NIM/IPK/Konsent : 2015101603112831 1. Manajemen Pemasaran
 Tgl. SK Bimbingan :
 Alamat/Tlp/HP : Ds. Glanggang, Duku Sompeyan, Gresik
 Jl. Margoutomo Dalam, NO. 17
 082243423947
 Judul Skripsi :


Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
25/12/18	Pengapa yaah		
29/12/18	Revisi judul (Variabel)		
13/12/18	revisi proposal		
15/12/18	revisi		
17/12/18	- Penelitian terdahulu		
	- Karakteristik responden		
	- Uji hipotesis		
21/12/18	- Revisi sampel		
	Kapitel		
	- Analisis tuntas		
	- Referensi / Daftar pustaka		
21/12/18	revisi respon		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
28/12/18	an Supho		
11/2/19	Kuisisioner		
17/2/19	an Qm		
8/3/19	cek tem, tambahkan utilitas		
9/3/19	Ace guesmare → sebas gue- smare - cek harga		
16/3/19	Angka pmpuan Qus. de goezh Kolum 100.-		
12/3/19	Ace - lanjutkan		
2/4/19	revisi: latar belah, tem mer pas, HSE, tabel uji instrumen di, sistem kuesioner, instrumen myni, statement uji hipotesis ke lyaapan data print out, kua rmer, daftar pustaka.		
19/6/19	revisi - Bab 4 pembahasan di- sewaikan di permasalahan moth		
22/6/19	revisi Bab 4		
22/6/19	Ace ujiin skripsi		
24/6/19	an Qm SKRip		

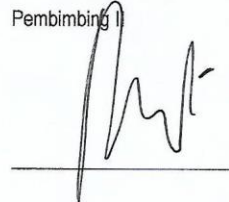
Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II

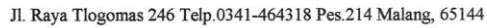
Malang,

Pembimbing I



Pembimbing II





No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1.	Latar belakang → model.		
2.	Tinjauan penelitian terdahulu		Rumusan
3.	Teori C		9/7/19
4.	Perumusan hipotesis		
5.	Indikator Brand Image		Ditandatangani 9/8/19
6.			
			see Revisi 7/11/19 z.h 7/11/19

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Rahmah
Nim : 201510160311283
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Email : nurmarahmah1997@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa:

1. Tugas akhir dengan judul:

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT BELI PADA *ONLINE HOTEL BOOKING* (Studi Kasus Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata dalam tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiarisi, saya bersedia tugas akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan Hak Bebas Royalti Non Exclusive.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Agustus 2019

Yang Menyatakan

The image shows a green rectangular stamp with a serrated edge. At the top, it says 'METERAI TEMPEL' in black. Below that is a small circular emblem of the Indonesian Garuda. Underneath the emblem is the alphanumeric code 'EBB3DAD7B4884390'. In the center, the number '6000' is printed in large, bold, black digits. Below the number, it says 'ENAM RIBU RUPIAH' in smaller black letters. To the right of the number is a small star emblem. A handwritten signature in black ink is written over the stamp, starting from the top left and ending at the bottom right. Below the stamp, the name 'Nur Rahmah' is printed in black.

Nur Rahmah

NIM. 201510160311283

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT BELI PADA *ONLINE HOTEL BOOKING*

(Studi Kasus Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah)

Nur Rahmah

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246, Malang

E-mail : nurmarahmah1997@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* dan *trust* terhadap minat beli pada *online hotel booking* di Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji t. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, (1) *Brand image* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli pada *online hotel booking*, (2) *Trust* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli pada *online hotel booking*.

Kata Kunci : *Brand image*, *trust*, minat beli, dan *online hotel booking*.

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *TRUST* TERHADAP MINAT BELI PADA *ONLINE HOTEL BOOKING*

(Studi Kasus Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah)

Nur Rahmah

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246, Malang

E-mail : nurmarahmah1997@gmail.com

Abstract

This research aims to determine and analyse the effect of brand image and trust on purchase intention in online hotel booking at Sofyan Hotel Cut Meutia Syari'ah. The type of research is assosiative quantitative. The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling technique with a type of purposive sampling. The analytical tool used is multiple linear regression analysis, while hypothesis testing uses the t-test. Based on the results of the study it can be concluded that, (1) Brand image has a possitive significant effect on purchase intention in online hotel booking, (2) Trust has a possistive significant effect on purchase intention on online hotel booking.

Keywords : *Brand image, trust, purchase intention, and online hotel booking.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Segala puji syukur teramat dalam saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Image dan Trust Terhadap Minat Beli Pada Online Hotel Booking (Studi Kasus Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Syari’ah)”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi. Selama proses penyusunan skripsi ini, telah banyak pihak yang membantu dan memberi motivasi kepada penulis, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhroh, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Fien Zulfikarijah, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, pengarahan, penjelasan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan ketelitian.
5. Drs. Dicky Wisnu UR, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, pengarahan, penjelasan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan ketelitian.

6. Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M, selaku Dosen Wali Angkatan 2015 Manajemen E, yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama perkuliahan.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat, serta telah memberikan teladan yang baik selama ini.
8. Keluarga tercinta yang telah menjadi motivator dan tempat keluh kesah selama proses mengerjakan skripsi. Ibuku tersayang yang selalu memberikan semangat dan dukungan materiil, mbak-mbak dan mas-masku yang selalu memberikan semangat dan percaya bahwa peneliti dapat menyelesaikan kuliah ini tepat pada waktunya, beserta keluarga besar yang turut memberikan motivasi.
9. Semua sahabat Manajemen Kelas E Angkatan 2015 yang telah berjuang bersama dari awal kuliah hingga saat ini.
10. Teman-teman kos Al-Faza yang selalu memberikan semangat dan saling bertukar suka duka selama mengerjakan skripsi.
11. Heldya Lahera, wanita muslimah pecinta musik metal dan indie, yang selalu setia menemani sebagai teman makan, teman bertukar pikiran, dan teman bermain di Malang selama ini.
12. Seluruh jajaran dosen pembimbing 3 (Syarif, Mutiara, dan Rima) yang selalu bersedia membantu dan bersabar dalam menjawab berbagai pertanyaan seputar skripsi.

13. Sahabat-sahabat pemasaranku, Citra, Mutiara, dan Risma yang selalu saling memberikan semangat tiada henti hingga akhirnya bisa mendaftar bersama di sidang gelombang 3 ini dan Insya Allah akan bersama memakai toga di bulan Agustus nanti.
14. Sahabat ***Crazy Rich Asia*** (Firda, Jun An, Novita, dan Ahadyah), yang dalam satu tahun terakhir ini telah menjadi rumah untuk berbagi kebahagiaan, kesedihan, kegalauan, semangat, dan pastinya kegilaan yang tiada henti.
15. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah memberi dukungan dan banyak membantu terselesaikannya skripsi ini. Hanya Allah yang mampu melihat serta membalas segala perbuatan hamba-Nya dengan imbalan yang Maha Adil.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti khususnya, juga pembaca pada umumnya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulisan miliki, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik konstruktif agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Billahittaufiq Wal Hidayah Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Malang, Juni 2019

Peneliti,

Nur Rahmah

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori	11
C. Perumusan Hipotesis dan Kerangka Pikir.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	21
B. Jenis Penelitian.....	21
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	21
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
E. Jenis dan Sumber Data.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Uji Instrumen Penelitian	26
H. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	30

	Halaman
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	33
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	35
D. Uji Asumsi Klasik.....	42
E. Hasil Analisis Regresi.....	45
F. Pembahasan.....	48
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	58



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	23
Tabel 3.2. Skala Likert	25
Tabel 4.1. Frekuensi Kategori Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2. Frekuensi Kategori Usia.....	31
Tabel 4.3. Frekuensi Kategori Agama.....	32
Tabel 4.4. Frekuensi Kategori Status Pekerjaan	32
Tabel 4.5. Uji Validitas Instrumen.....	34
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas Instrumen	35
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i>	36
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel <i>Trust</i>	38
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Minat Beli	40
Tabel 4.10. Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.11. Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.12. Uji Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4.13. Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.14. Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.15. Uji t	47

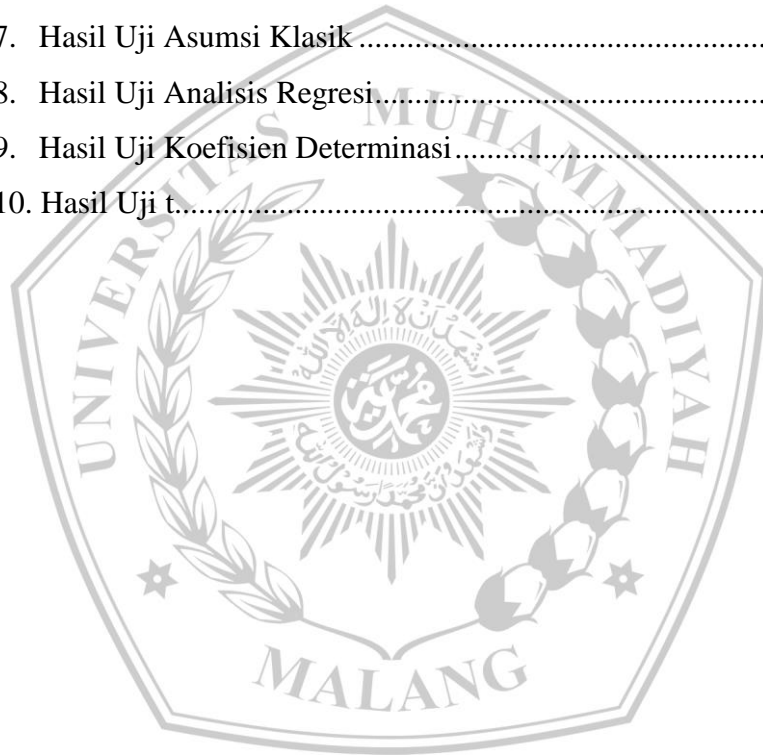
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Survei Keinginan Konsumen	4
Gambar 2.1. <i>Theory of Reasoned Action</i> – TRA (1980).....	11
Gambar 2.2. Kerangka Pikir.....	20



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden	62
Lampiran 3. Hasil Skor Responden.....	68
Lampiran 4. Distribusi Karakteristik Responden	74
Lampiran 5. Distribusi Jawaban Responden.....	75
Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen.....	77
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik	80
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi.....	81
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	81
Lampiran 10. Hasil Uji t.....	82



Daftar Pustaka

- Aaker, David A. & Alexander L. Biel. 1991. *Brand Equity & Advertising, Advertising's Role in Building Strong Brands*. New York: Psychology Press.
- Aghekyan-Simonian, M., Forsythe, S., Kwon, W. S., & Chattaraman, V. 2012. *The role of product brand image and online store image on perceived risks and online purchase intentions for apparel*. Journal of Retailing and Consumer Services, 193, 325e331
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. "Jumlah Wisatawan Nusantara". www.bps.go.id.
[diakses pada 20 November 2018].
- Carroll, W.J., & Sileo, L. 2007. *Chains gain ground online: Hotels have much to celebrate*. Hospitality Upgrade, Spring 2007, 36-38.
- Ceaparu, I., Dina D., Edward H., Haixia Z., and Ben S. 2001. *"In Web We Trust": Establishing Strategic Trust Among Online Customers*. University of Maryland College Park.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafil, Muhammad. 2018. "Hotel Sofyan Sudah Dapatkan Sertifikasi Halal MUI"
<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/05/10/p8h4ec430-hotel-sofyan-sudah-dapatkan-sertifikasi->

halal-mui. [diakses pada 20 November 2018].

Henseler, J., Christian M. R., Rudolf R. S. 2009. *The Use Of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing*. Advances in International Marketing, Vol. 20, p. 277-319.

Kim, S. Y., Jong U. K., dan Sang C. P. 2017. *The Effects of Perceived Value, Website Trust and Hotel Trust on Online hotel booking Intention*. Sustainability, Vol. 9.

Kim, T. T., Kim, W. G., & Kim, H. B. 2009. *The Effects Of Perceived Justice On Recovery Satisfaction, Trust, Word-Of-Mouth, And Revisit Intention In Upscale Hotels*. Tourism Management, 30(1), 51-62.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. PT.Indeks.Jakarta

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Lehto, X. Y., Kim, D.-Y., & Morrison, A. M. 2006. *The Effect Of Prior Destination Experience On Online Information Search Behaviour*. Tourism & Hospitality Research, 62, 160-178.

Lin, Long-Yi & Ching-Yuh Lu. 2010. *The Influence Of Corporate Image, Relationship Marketing, And Trust On Purchase Intention: The Moderating Effects Of Word-Of-Mouth*. Tourism Review, Vol. 65 Iss 3 pp. 16 - 34

Mariz, Karina. "Stagnansi Perkembangan Hotel Syariah di Indonesia"

<http://www.ibec-febui.com/stagnansi-perkembangan-hotel-syariah-di->

indonesia/. [diakses pada 1 Oktober 2017].

Mayer, Roger C, James H., & F. David. S. 1995. *An Integrative Model Of Organizational Trust*. Academy of Management Review 1995, Vol. 20. No. 3, 709-734.

McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, & Charles Kacmar. 2002. *Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology*. Information System Research. Vol. 13, p334-359.

Nielson. 2014. "Indonesian Consumers Flock Online to Purchase Products and Services". <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2014/indonesian-consumers-flock-online-to-purchase-products-and-services/>. [diakses pada 30 November, 2018]

Park, C., 2010. *A literature review on online consumer behavior in Korea*. J. Consum. Stud. 21 2, 289–320.

Pavlou, P.A. 2003. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. International Journal of Electronic Commerce, 7, 101-134.

Redaksi Pesona. 2019. "Indonesia Raih Peringkat 1 Global Muslim Travel Index 2019" <https://pesona.travel/inspirasi/2525/indonesia-raih-peringkat-1-global-muslim-travel-index-2019>. [diakses pada 4 Juni 2019].

Ryu, K., Han, H., & Kim, T. H. 2008. *The relationships among overall quick causal restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*. International Journal of Hospitality Management,

273, 459e469.

Sompotan, Johan. 2015. “Inilah Konsep Syari’ah di Hotel Sofyan Betawi”

<https://lifestyle.okezone.com/read/2015/10/21/406/1235539/inilah-konsep-syariah-di-hotel-sofyan-betawi>. [diakses pada 30 November 2019].

Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV. Alfabeta.

Zulfikarijah, Fien & Tsabita Khwarazmita. 2018. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Brand Image PKMA Pengembangan Karir Mahasiswa dan Alumni UMM*. Universitas Muhammadiyah Malang.



PENGARUH BRAND IMAGE DAN TRUST TERHADAP MINAT BELI PADA ONLINE HOTEL BOOKING

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

iisn90583.blogspot.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On